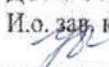


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений  
Кафедра международного бизнеса и туризма  
Направление подготовки 43.04.02 – Туризм  
Направленность (профиль) образовательной программы «Международный туризм»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И.о. зав. кафедрой

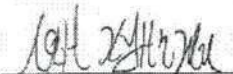
  
В.В. Ульянова

«16» июня 2023 г.

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

на тему: Особенности развития туризма в Китае в период пандемии COVID 19

Исполнитель  
студент группы 134-0м



Лян Хунчжи

Руководитель  
доцент



Е.А. Царевская

Нормоконтроль



О.В. Шпак

Рецензент  
доцент, к.т.н.



Н.А. Бабкина

Благовещенск 2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений  
Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ  
И.о. зав. кафедрой  
 В.В. Ульянова  
« 1 » апреля 2023 г.

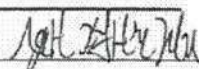
**ЗАДАНИЕ**

К магистерской диссертации студентки Лян Хунчжи

1. Тема магистерской диссертации: Особенности развития туризма в Китае в период пандемии COVID 19
2. Сроки сдачи студентом законченной работы 10.06.2023
3. Исходные данные к магистерской диссертации: учебная литература, законодательные и нормативные акты, статистическая информация, интернет-источники
4. Содержание магистерской диссертации (перечень подлежащих разработке вопросов): Теоретические основы развития туризма; анализ развития туризма в КНР до, во время и после пандемии; разработка предложений по развитию туризма в КНР в постпандемийный период
5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстрационного материала и т.п.): наличие таблиц, графиков, рисунков, схем, подтверждающих текстовый материал
6. Дата выдачи задания 01.04.2023

Руководитель магистерской диссертации: Е.А. Царевская, доцент каф. МБИТ

Задание принял к исполнению (дата):



Лян Хунчжи

(подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация содержит 53 с., 1 таблицы, 4 рисунка, 35 источников.

### ПАНДЕМИЯ КОРОНАВИРУСА, КРАСНЫЙ ТУРИЗМ, ЗЕЛЕНый ТУРИЗМ, МОДЕЛЬ «КРАСНЫЙ+ЗЕЛЕНый ТУРИЗМ»

Объектом исследования в работе является туризм КНР.

Предметом исследования – выявление особенностей развития туризма в КНР в период пандемии COVID 19.

Цель магистерской диссертации - изучить особенности развития туризма в Китае во время эпидемии и определить перспективы его развития в будущем.

В первой части работы рассмотрены теоретические аспекты развития туризма. Определены основные направления государственного регулирования туризма в КНР.

Во второй главе рассмотрены тенденции развития туризма в Китае до, во время и после пандемии COVID 19. Обозначены приоритетные сферы туризма в Китае, зародившиеся во время процветания коронавирусной инфекции.

В третьей главе работы автором рассмотрены туристские ресурсы города Бэйань для развития туризма по модели «Красный + зеленый туризм».

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты развития туризма: понятие и государственное регулирование в КНР	7
1.1 Туризм: основные понятия	7
1.2 Основные факторы, влияющие на туризм	8
1.3 Государственное регулирование туризма в Китае	9
2 Туризм в Китае: современное состояние и тенденции развития	16
2.1 Развитие туризма в Китае до пандемии COVID 19	16
2.2 Особенности развития туризма в Китае в период эпидемии коронавирусной инфекции COVID 19	23
2.3 Характеристики развития туризма в Китае до и после эпидемии	30
3 Перспективы развития туризма в Китае после эпидемии	33
3.1 Модель «Красный + зеленый туризм» как перспективное направление развития туризма в Китае в постэпидемийный период	33
3.2 Северный «Красный + Зеленый туризм»: возможности туристского потенциала	38
Заключение	49
Библиографический список	50

## ВВЕДЕНИЕ

Вспышка новой коронавирусной инфекции оказала огромное влияние на глобальный туризм, и туризм в Китае не является исключением. Туризм, не являющийся потребительским сектором, сильно пострадал во время эпидемии. Снижение валовых доходов от туризма в 2020 году оказало значительное влияние на национальную экономику. Тем не менее, Китай по-прежнему имеет крупнейший в мире внутренний пассажирский рынок. Реформы открытости на протяжении многих лет, а также культивированный спрос на потребление туризма – факторы долгосрочного развития туризма в Китае все еще существуют. В то же время масштаб производительности огромной туристической индустрии Китая также обладает сильной гибкостью развития. В условиях внезапного вызова новой эпидемии короны и возможностей развития, которые она объективно принесла, индустрия туризма Китая может оживиться после эпидемии в два этапа. В качестве первого шага в постэпидемическую эпоху необходимо использовать возможность базового контроля над вспышкой новой короны в Китае и принять целенаправленные и ощутимые меры по восстановлению въездного, выездного туризма и внутреннего туризма. Поэтому очень важно изучить особенности и проблемы развития туризма в Китае во время эпидемии и изучить стратегии реагирования.

Объектом исследования в работе является туризм КНР.

Предметом исследования – выявление особенностей развития туризма в КНР в период пандемии COVID 19.

Цель магистерской диссертации - изучить особенности развития туризма в Китае во время эпидемии и определить перспективы его развития в будущем.

В соответствии с поставленной целью в работе необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты развития туризма;
- определить тенденции развития туризма до, во время и после пандемии COVID 19 в Китае;
- выделить проблемы развития туризма в КНР и определить пути их решения.

Цель и задачи магистерской диссертации определили ее структуру. В первой части работы рассмотрены теоретические аспекты развития туризма. Определены основные направления государственного регулирования туризма в КНР.

Во второй главе рассмотрены тенденции развития туризма в Китае до, во время и после пандемии COVID 19. Обозначены приоритетные сферы туризма в Китае, зародившиеся во время процветания коронавирусной инфекции.

В третьей главе работы автором рассмотрены туристские ресурсы города Бэйянь для развития туризма по модели «Красный + зеленый туризм».

В процессе работы автором использованы методы обобщения, наблюдения, статистического анализа и моделирования.

При выполнении работы изучен значительный массив научной и правовой информации, исследованы данные аналитических агентств.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА: ПОНЯТИЕ И ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В КНР

## 1.1 Туризм: основные понятия

Под туризмом понимается деятельность людей, совершающих экскурсии, осмотры достопримечательностей, расширение знаний, улучшение опыта и общения в целях отдыха, осмотра достопримечательностей и т.п. вдали от их повседневной жизни и места работы.

К числу его основных характеристик относятся удаленность от повседневной работы и места проживания, туризм по месту проживания, краткосрочное пребывание, в основном для отдыха, потребление туристов как основной источник доходов от туризма, развитие туристической инфраструктуры и т.д.

Развитие туризма проходит через различные этапы, такие как начальная стадия, стадия роста, стадия зрелости и стадия стагнации. Различные этапы развития туризма характеризуются различными особенностями и проблемами, которые требуют разработки различных стратегий развития туризма с учетом различных этапов.

Туризм играет важную роль и оказывает влияние на экономические, социальные и культурные аспекты. Туризм может принести рабочие места и экономический доход, способствовать региональному экономическому развитию. Туризм также может способствовать культурным обменам и межличностным контактам, повышать культурное качество людей и международное влияние.

Туристический рынок состоит из предложения и спроса на туризм, включая туристические объекты, туристические направления, туристические посреднические организации и туристические предприятия. Для функционирования туристического рынка необходимо учитывать такие вопросы, как рыночный спрос, структура конкуренции и маркетинг.

Планирование и развитие туризма являются важными инструментами разработки стратегий развития туризма, которые должны учитывать уникальность и устойчивость туристических ресурсов, разрабатывать туристические продукты и маршруты, адаптированные к различным группам населения и предпочтениям, создавать вспомогательные объекты и предоставлять услуги.

Управление туризмом и его обслуживание являются важными гарантиями организации и обеспечения безопасности развития туризма. Туристические услуги должны быть гарантированы во многих аспектах, таких как безопасность туризма, опыт туристов и защита культуры, а также необходимо укрепить строительство законов и правил туризма и реформу системы управления

## **1.2 Основные факторы, влияющие на туризм**

Туризм является отраслью, которая чрезвычайно чувствительна к внешним условиям, и эта чувствительность проявляется главным образом в высокой степени уязвимости перед потрясениями и последствиями внезапных событий как внутри страны, так и за ее пределами, которые приводят к серьезным спадам, порождающим так называемый туристический кризис. Вспышка COVID 19 в 2020 году развивалась быстрее и серьезнее, чем вспышка атипичной пневмонии в 2003 году, что привело к неизмеримым потерям для индустрии туризма. Влияние внезапного кризиса на туризм является одним из основных направлений исследований в области туризма. Конечно, это не только влияние эпидемии, поскольку туризм стал очень важным звеном в развитии нашей национальной экономики<sup>1</sup>.

По мере того, как уровень жизни людей продолжает расти, тенденция развития туризма также очень быстро увеличивается. Увеличивается также численность населения, занятого в сфере туризма, и, разумеется, растет число туристических агентств, что ведет к росту конкуренции со стороны

---

<sup>1</sup> Чэн Ё Н. Как продвигается туризм в контексте эпидемии? [дж.] туристический журнал, 2020



туристических агентств. Какие туристические агентства выбирают люди, сталкивающиеся с неравномерными туристическими продуктами? Также становится одним из влияющих факторов, поэтому нормативность турагентства, честность, цена продукта, качество обслуживания, изобилие и степень персонализации, имидж бренда, каналы приема пассажиров и так далее являются факторами, влияющими на развитие туристической индустрии. Туристический спрос в нашей стране огромен, и диверсифицированное развитие туризма всегда сопровождалось различными проблемами.

### **1.3 Государственное регулирование туризма в Китае**

Основополагающим документом, регулирующим сферу туризма в Китае является Закон КРН «О туризме». Закон был принят в целях защиты законных прав и интересов туристов и туроператоров, регулирования порядка на туристическом рынке, защиты и рационального использования туристических ресурсов, содействия устойчивому и здоровому развитию туризма.

Закон применяется к туристической деятельности в форме экскурсий, отдыха, рекреации и т.д., организуемых на территории Китайской Народной Республики и за рубежом, а также к предпринимательской деятельности по предоставлению соответствующих услуг для туристической деятельности.

Государство развивает туризм, совершенствует туристические государственные услуги, защищает права туристов в туристической деятельности. Развитие туризма должно осуществляться в соответствии с принципом объединения социальных, экономических и экологических выгод. Государство поощряет различные субъекты рынка рационально использовать туристические ресурсы в соответствии с законом в соответствии с предпосылкой эффективной защиты туристических ресурсов. Туристические места, построенные с использованием общественных ресурсов, должны отражать общественный интерес.

Государство поощряет здоровые, цивилизованные и экологически чистые формы туризма, поддерживает и поощряет различные социальные

учреждения к проведению пропаганды общественного блага туризма и вознаграждает организации и отдельных лиц, которые внесли выдающийся вклад в развитие туризма.

Государство устанавливает и совершенствует стандарты и правила рынка туристических услуг, запрещает отраслевые и региональные монополии. Туристические операторы должны добросовестно управлять, честно конкурировать, нести социальную ответственность, предоставлять туристам безопасные, здоровые, гигиенические и удобные туристические услуги.

Государственный совет создает и совершенствует комплексный координационный механизм туризма, осуществляет комплексную координацию развития туризма.

Местные народные правительства на уровне уездов и выше должны укреплять организацию и руководство туристической работой, определять соответствующие департаменты или учреждения и координировать развитие туризма, надзор и управление в своих административных районах.

Организации туристической отрасли, созданные в соответствии с законом, осуществляют саморегулирование.

Туристы имеют право самостоятельно выбирать туристические продукты и услуги и отказываться от принудительных сделок туроператоров. Туристы имеют право знать правду о купленных ими туристических продуктах и услугах. Туристы имеют право требовать от туроператоров предоставления товаров и услуг в соответствии с договором.

Туристы, такие как инвалиды, пожилые люди, несовершеннолетние, пользуются льготами и льготами в туристической деятельности в соответствии с законами, правилами и соответствующими положениями.

Туристы имеют право обращаться за помощью и защитой в случае угрозы их личной и имущественной безопасности. Туристы, чьи личности и имущество были нарушены, имеют право на компенсацию в соответствии с законом.

Туристы в своей туристической деятельности должны соблюдать общественный порядок и общественную мораль, уважать местные обычаи, культурные традиции и религиозные убеждения, заботиться о туристических ресурсах, защищать экологическую среду и соблюдать нормы поведения туристической цивилизации.

Туристы в туристической деятельности или при разрешении споров не должны наносить ущерба законным правам и интересам местных жителей, не должны препятствовать туристической деятельности других лиц, не должны наносить ущерба законным правам и интересам туроператоров и турагентов.

При покупке и получении туристических услуг турист должен правдиво информировать туроператора о личной медицинской информации, связанной с туристической деятельностью, и соблюдать правила предупреждения о безопасности в туристической деятельности. Туристы должны сотрудничать с национальными мерами по временному ограничению туристической деятельности в связи с крупными чрезвычайными ситуациями, а также мерами по обеспечению безопасности и реагированию на чрезвычайные ситуации, принимаемыми соответствующими департаментами, учреждениями или туроператорами. Туристы, нарушающие правила предупреждения о безопасности или не согласующиеся с государственными мерами по временному ограничению туристической деятельности в связи с крупными чрезвычайными ситуациями, мерами по обеспечению безопасности и чрезвычайными ситуациями, несут соответствующую ответственность в соответствии с законом.

Выездные туристы не могут незаконно оставаться за границей, а те, кто выезжает с группой, не могут без разрешения разделить и покинуть группу. Туристы, въезжающие в страну, не могут незаконно оставаться на территории страны, а туристы, въезжающие в страну вместе с миссией, не могут без разрешения разделить группу или покинуть ее.

Государственный совет и местные народные правительства на уровне

уездов и выше включают развитие туризма в планы национального экономического и социального развития. Государственный совет и народные правительства провинций, автономных районов и муниципалитетов центрального подчинения, а также муниципальные и уездные народные правительства районов с богатыми туристическими ресурсами организуют подготовку планов развития туризма в соответствии с требованиями планирования национального экономического и социального развития. При использовании туристических ресурсов, находящихся в разных административных районах и пригодных для использования в целом, единый план развития туризма должен быть подготовлен вышестоящим народным правительством или согласован с соответствующим местным народным правительством.

Планирование развития туризма должно включать в себя общие требования и цели развития туризма, требования и меры по сохранению и использованию туристических ресурсов, а также требования и меры по развитию туристических продуктов, повышению качества туристических услуг, созданию туристической культуры, продвижению туристического имиджа, созданию туристической инфраструктуры и объектов общественного обслуживания. В соответствии с планами развития туризма местные народные правительства на уровне уездов и выше могут составлять специальные планы развития и использования ключевых туристических ресурсов и выдвигать специальные требования к функциональной поддержке туристических проектов, объектов и услуг в конкретных регионах.

Планирование развития туризма должно быть увязано с генеральным планом землепользования, городским и сельским планированием, планированием охраны окружающей среды и планированием сохранения и использования других гуманитарных ресурсов, таких как природные ресурсы и культурные реликвии.

Народные правительства всех уровней при подготовке генеральных планов землепользования, городского и сельского планирования должны в

полной мере учитывать пространственную планировку соответствующих туристических проектов и объектов, а также требования к земле для строительства. При планировании и строительстве объектов инфраструктуры и коммунальных услуг, таких как транспорт, связь, водоснабжение, электроснабжение, охрана окружающей среды, следует учитывать потребности развития туризма.

Туристическое использование природных ресурсов, культурных ценностей и других гуманитарных ресурсов должно строго соответствовать положениям соответствующих законов и правил, соответствовать требованиям безопасности ресурсов, охраны окружающей среды и культурных реликвий, уважать и поддерживать местную традиционную культуру и обычаи, сохранять региональную целостность, культурное представительство и географическую специфику ресурсов, а также учитывать необходимость защиты военных объектов. Соответствующие органы власти должны усилить контроль за сохранением ресурсов и использованием туризма.

Народные правительства всех уровней организуют оценку хода осуществления программ развития туризма, разработанных правительствами соответствующих уровней, и передают их гласности.

Государственный совет и местные народные правительства на уровне уездов и выше должны разрабатывать и организовывать и осуществлять промышленную политику, способствующую устойчивому и здоровому развитию туризма, содействовать строительству системы туризма и отдыха, принимать меры по содействию региональному сотрудничеству в области туризма, поощрять развитие межрегиональных туристических маршрутов и продуктов, содействовать интеграции туризма и промышленности, сельского хозяйства, торговли, культуры, здравоохранения, спорта, науки и образования, поддерживать районы проживания этнических меньшинств, старые революционные районы, развитие туризма в отдаленных и бедных районах.

Создание туристического агентства для привлечения, организации, приема туристов и предоставления им туристических услуг должно иметь

следующие условия, получать разрешение от компетентного органа по туризму и оформлять коммерческую регистрацию в соответствии с законом:

- наличие фиксированного места для ведения хозяйственной деятельности;
- наличие необходимых коммерческих объектов;
- наличие уставного капитала, соответствующего требованиям;

Экскурсоводы и руководители групп, обслуживающие туристов, должны быть аккредитованы туристическим агентством и не должны заниматься экскурсоводами и руководителями групп в частном порядке.

Экскурсоводы и руководители групп, осуществляющих деловую деятельность, должны носить путевые листы, соблюдать профессиональную этику, уважать обычаи и религиозные убеждения туристов, информировать и объяснять туристам правила поведения туристической цивилизации, направлять туристов на здоровый и цивилизованный туризм и отговаривать туристов от действий, нарушающих общественную мораль. Экскурсоводы и руководители групп должны строго соблюдать график туристического маршрута, не изменять туристическую поездку без разрешения или приостанавливать сервисную деятельность, не требовать чаевых от туристов, не побуждать, не обманывать, не принуждать или замаскировать туриста к покупкам или участию в отдельном платном туристическом проекте.

Туристические операторы обеспечивают, чтобы предоставляемые ими товары и услуги отвечали требованиям безопасности личности и имущества. Если туроператор получает соответствующий стандарт качества, его объекты и услуги не должны быть ниже соответствующего стандарта. Если стандарт качества не достигнут, не могут использоваться названия и логотипы соответствующего уровня качества.

Компетентные органы по туризму и соответствующие ведомства народного правительства на уровне уездов и выше осуществляют надзор и управление туристическим рынком в рамках своей компетенции в

соответствии с положениями настоящего Закона и соответствующих законов и правил. Народные правительства на уровне уездов и выше организуют туристические органы, соответствующие компетентные органы и правоохранительные органы, такие как торгово - промышленная администрация, контроль качества продукции и транспорт, для осуществления надзора и контроля за соответствующими туристическими операциями.

## 2 ТУРИЗМ В КИТАЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

### 2.1 Развитие туризма в Китае до пандемии COVID 19

История развития туризма в Китае является очень преобразующим и открытым и сложным процессом. Благодаря экономическому и культурному развитию и процессу глобализации за последние несколько десятилетий индустрия туризма Китая претерпела огромные изменения и развитие. Еще в 1982 году на 6 - м Всекитайском собрании народных представителей китайское правительство объявило о проведении политики открытости для внешнего мира, что ознаменовало начало развития туризма в Китае. Вступая в новый век, с быстрым экономическим развитием Китая и повышением уровня жизни населения, китайский внутренний и внешний туризм быстро развивается и постепенно становится динамичной и влиятельной туристической отраслью.

С 1982 по 2020 годы развитие туризма в Китае прошло три этапа: начальный этап, этап расширения и этап зрелости. На начальном этапе китайская индустрия туризма только начинает становиться и развиваться, а масштабы и уровень туризма были очень низкими. В 1985 году страна приняла всего 10 000 иностранных гостей, в 1990 году - 6,7 миллиона, в 1985 году - 84,34 миллиона, а в 1990 году - 120 миллионов.

На этапе расширения туризм уже начал формировать систему. В период с 1992 по 2002 год в секторе туризма отмечались высокие темпы роста. Быстрый рост доходов от туризма в Китае является мощным стимулом для экономического развития и социального прогресса. В 1994 году количество туристов, посетивших страну, превысило 500 млн. человек, а в период с 1995 по 2001 год количество туристов, посетивших страну, увеличилось более чем на 10% в течение семи лет подряд.

На зрелом этапе китайская туристическая индустрия в основном демонстрирует системный и целостный характер туристической индустрии. Туризм в Китае также постепенно вступает в зрелый период. В



качестве важной опоры экономики и культуры туризм, несомненно, будет продолжать ускоряться в контексте глобальной интеграции. К 2020 году Китай стал одним из крупнейших туристических рынков в мире, ежегодный объем выездного туризма в Китае превысил 160 миллионов человек, а доходы от международного туризма достигли 1,33 триллиона юаней. В будущем китайский туризм станет важной опорой экономического развития страны, а также важной движущей силой глобального туризма.

Во время эпидемии доходы и вклад туризма в Китае показали тенденцию к росту. Согласно данным, опубликованным Государственным управлением по туризму Китая, доходы от внутреннего туризма в 2020 году достигли 2,8 трлн юаней, увеличившись на 2,2% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Это свидетельствует о том, что туризм в Китае постепенно восстанавливает свой импульс. В то же время вклад туризма в экономику Китая также демонстрирует явную тенденцию к росту. К концу 2020 года вклад туризма в ВВП Китая достиг 4,57%, увеличившись по сравнению с предыдущим годом.

Рост туризма в основном обусловлен появлением новых моделей потребления и туризма, стимулируемых национальными правительствами, что также находит отражение в структурных изменениях на туристическом рынке. Во время эпидемии появились новые форматы туристической индустрии, представленные «облачным туризмом» и «жилым помещением», которые предоставляют потребителям более разнообразные варианты туризма. В то же время некоторые традиционные туристические достопримечательности также предоставляют такие услуги, как онлайн - выставки и виртуальные туры, что еще больше способствует развитию туризма.

Кроме того, инновации в индустрии туризма также стали важным фактором быстрого роста индустрии туризма. Во время эпидемии отличительные туристические продукты, представленные круизными судами, ледяным туризмом и т. д., привлекают внимание и постепенно становятся

новым фургоном для индустрии туризма. Уникальность этих продуктов и предоставление персонализированных услуг повышают удовлетворенность туристов и создают дополнительный потребительский спрос.

В целом, китайская индустрия туризма испытала много проблем во время эпидемии, но благодаря государственной поддержке, применению новых технологий и отраслевым инновациям доходы и вклад туризма в Китае демонстрируют тенденцию к росту, демонстрируя жизнеспособность и потенциал развития туристического рынка.

Туризм до вспышки коронавирусной инфекции быстро развивался, и глобальный туризм процветал, став основной движущей силой мирового экономического роста.

По данным Всемирной туристской организации, глобальные доходы от туризма в 2019 году составили около 1,5 трлн долларов США, что на 3,9% больше, чем в 2018 году, на 7,3% больше, чем в 2017 году, и на 8,3% больше, чем в 2016 году. Общее число туристов в мире достигло 150 миллионов, что на 3,9% больше, чем в 2018 году, на 6,7% больше, чем в 2017 году, и на 8,7% больше, чем в 2016 году.

Развитие туризма до начала эпидемии было обусловлено многими факторами, к числу основных можно отнести следующие:

- правительственная поддержка. Туризм является важной экономической деятельностью, многие страны относят его к важным направлениям экономического развития и принимают политические меры поддержки, такие как государственные субсидии, налоговые льготы и т. д.;

- технологический прогресс. С научно - техническим прогрессом, развитие туризма также сильно стимулируется, например, развитие интернет - технологий, которые позволяют туристам легко заказывать авиабилеты, отели и туристические продукты, что значительно повышает удобство и эффективность туризма;

- диверсификация продукции. Развитие туризма также стимулируется диверсификацией продукции, туроператоры постоянно запускают новые

туристические продукты, такие как экскурсионный туризм, культурный туризм, оздоровительный туризм и т. д. для удовлетворения различных потребностей туристов, повышения доходов от туризма.

Развитие туризма до эпидемии было очень оптимистичным, и будущие тенденции также очевидны. Во - первых, туризм будет продолжать развиваться высокими темпами, число туристов и доходы продолжат расти, а туризм станет важной движущей силой развития мировой экономики.

Во - вторых, туризм будет более диверсифицированным, спрос туристов будет все более разнообразным, туризм будет постоянно запускать новые туристические продукты для удовлетворения различных потребностей туристов. Наконец, туризм станет более удобным, и по мере развития технологий туристам будет легче заказывать авиабилеты, отели и туристические продукты, повышая удобство и эффективность туризма.

Таким образом, развитие туризма до эпидемии было очень оптимистичным, государственная поддержка, технологический прогресс, диверсификация продуктов и другие важные факторы для содействия развитию туризма, в будущем развитие туризма будет ускоряться, количество туристов и доходы также будут постоянно расти. Развитие туризма до эпидемии принесло огромные выгоды мировой экономике и открыло больше рабочих мест для всех стран мира. С тенденцией роста туризма, Китай как крупный экспортер и страна въезда до вспышки в Китае демонстрирует тенденцию к стабильному росту туризма в 2018 году внутренний туристический рынок сохранил тенденцию к устойчивому росту, количество внутренних туристов за год составило 5539 млрд человек, что на 10,8% больше, чем за аналогичный период прошлого года; Общий доход от внутреннего туризма составил 5,97 трлн юаней, увеличившись на 10,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

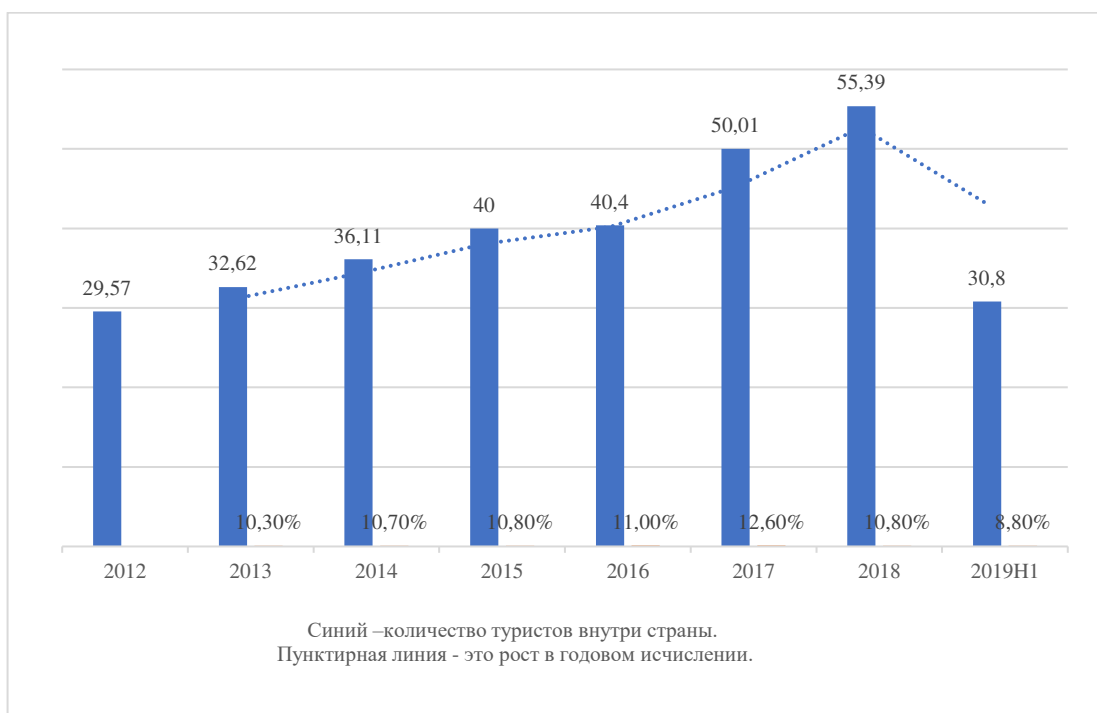


Рисунок 1 – Динамика внутреннего туристского потока КНР в 2012 - 2019 годы, млрд. человек

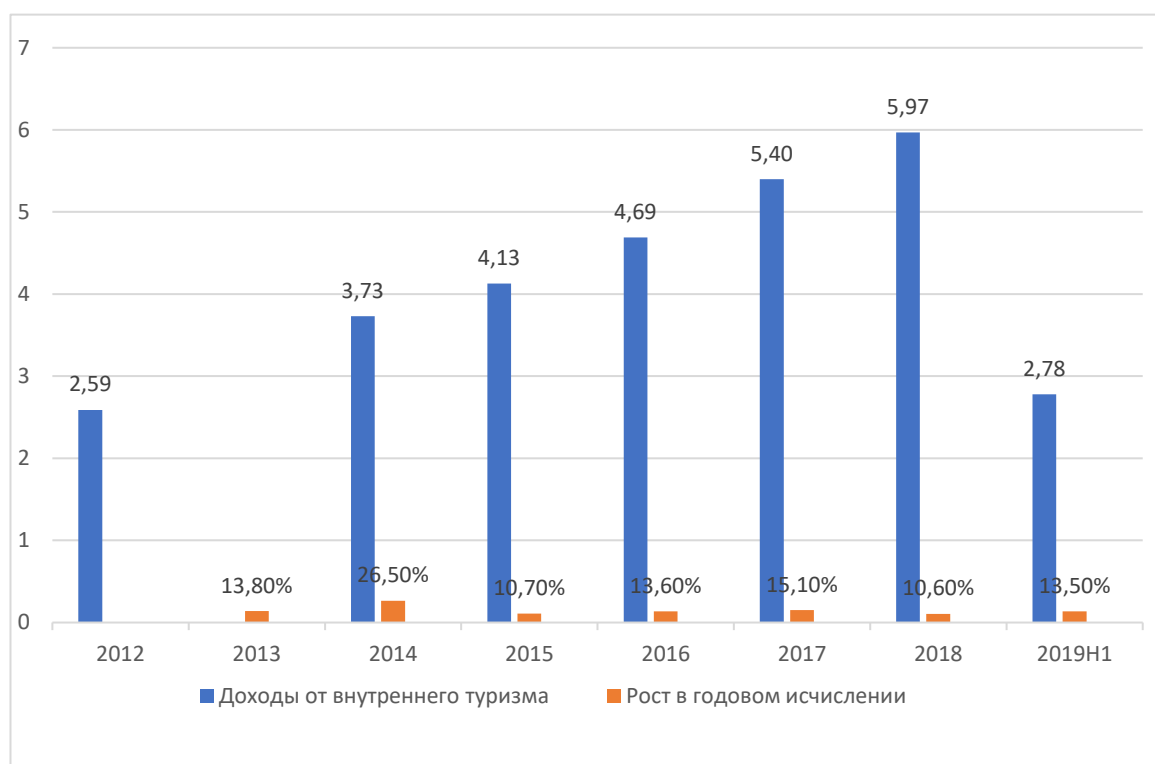


Рисунок 2 – Доходы от внутреннего туризма в КНР в 2012 - 2019 годы, млрд юаней

С повышением уровня жизни жителей Китая до вспышки эпидемии поддержка потребления культурного туризма среди жителей достигла быстрого роста. В целях дальнейшего содействия стимулирующему воздействию потребительского рынка на экономику и повышения качества потребления в сфере культуры и туризма 12 августа 2019 года Госсовет КНР обнародовал «Некоторые мнения по совершенствованию механизмов поощрения потребительской системы в целях дальнейшего стимулирования потребительского потенциала населения», выдвинул девять задач по внедрению мер в интересах потребителей, повышению удобства потребления, повышению въездной туристической среды и продвижению экспериментальной демонстрации потребления, а также по содействию быстрому развитию рынка культуры и туризма

Туристические путешествия омолодились, сторонники молодежного путешествия подчеркивают, что молодежь растет на пути, но все еще неопределенно. Путешествие также находится в пути, который полон многих неопределенностей. Из - за этого путешествия становятся привлекательными для молодежи. Путешествие — это опыт и переживания, а молодежи не хватает как раз богатого опыта и переживаний, и если у молодых людей ограниченный вертикальный опыт из - за их молодости, то горизонтальный опыт - путешествия - компенсирует недостаток вертикального опыта. Таким образом, путешествия не только расширяют горизонты молодежи, но и способствуют ее росту.

По данным опроса Talking Data, в 2017 году среди групп внутреннего туризма возрастная группа 19 - 25 лет составляла 23,1%, а в 2018 году возрастная группа 19 - 25 лет составляла 23,2%. В 2018 году на возрастную группу до 25 лет приходилось 36%, что на 0,5 процентных пункта больше, чем в 2017 году. В стране наблюдается тенденция к омоложению туризма.

Кроме того, доля молодежи (в возрасте 15 - 24 лет) в туризме невелика, около четверти, уступая только возрастной группе 26 - 35 лет.

С точки зрения возрастного распределения онлайн - населения, согласно данным туристического приложения «Куда идти» статистики Aery, в 2019 году в группе пользователей, куда идти, 25,7% пользователей младше 25 лет, средний возраст 31,8 лет.

С точки зрения уровня поддержки потребления на душу населения во всех возрастных группах, согласно данным опроса пассажиропотока, чем моложе группа потребителей, тем ниже сумма потребительских расходов на туризм, после 90 лет потребительские расходы на душу населения составляют 303 юаней.

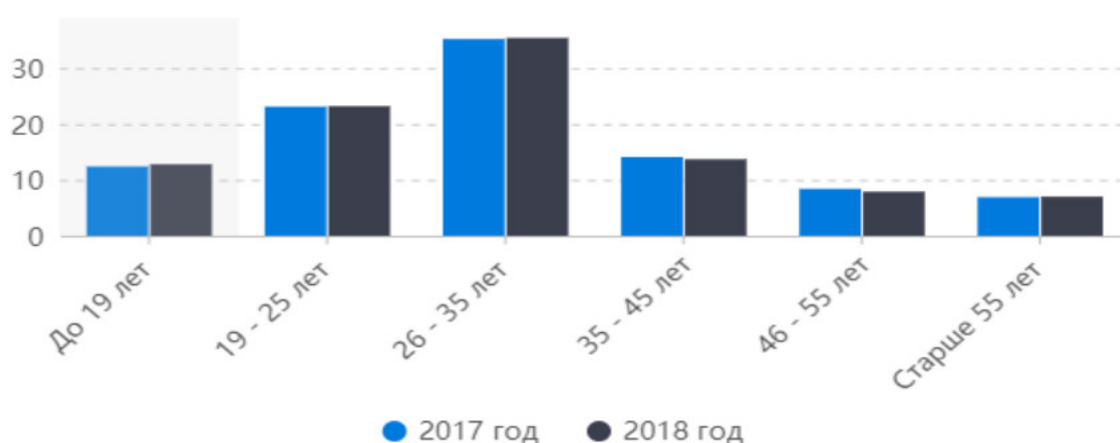


Рисунок 3 – Возрастная структура внутреннего турпотока КНР в 2017 - 2018 годах, %

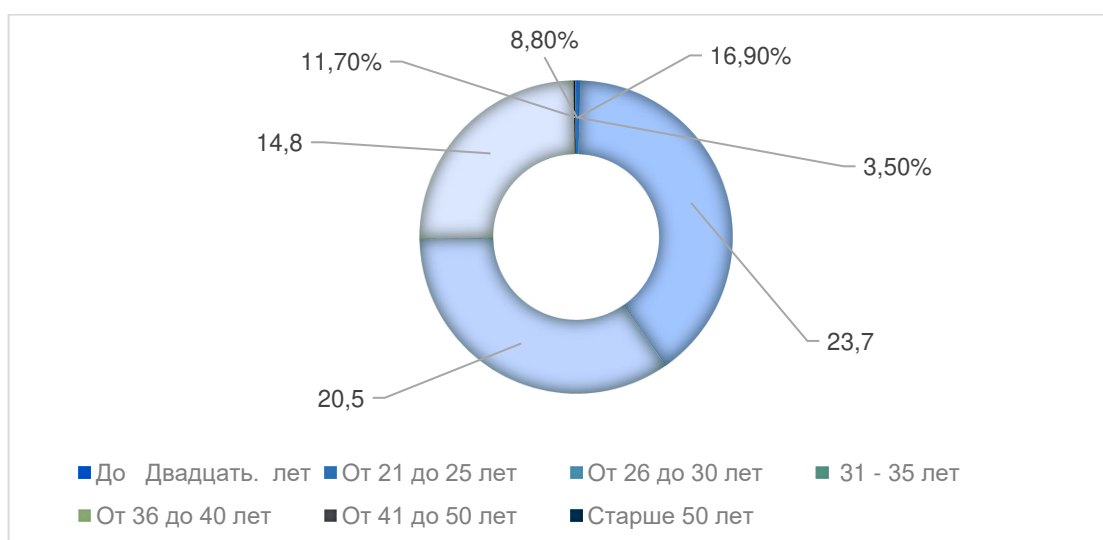


Рисунок 4 – Возрастная структура внутреннего турпотока КНР в 2019 году, %

## **2.2 Особенности развития туризма в Китае в период эпидемии коронавирусной инфекции COVID 19**

Период пандемии в Китае ознаменовался возникновением онлайн – туризма. И в настоящее время модель онлайн - туризма постепенно растет. Благодаря технологии виртуальной реальности онлайн - туризм привносит пользователей в ассимиляционную среду путешествий, которая позволяет им полностью наслаждаться путешествиями, не выходя из дома. В условиях стагнации туристической отрасли онлайн - туризм не только стал спасителем рынка, но и в определенной степени способствовал восстановлению туристической отрасли. Более того, модель онлайн - туризма также предоставляет туристическим компаниям больше инновационных возможностей, таких как создание виртуальных туристических центров, развитие прямых туристических трансляций и продвижение знаний о онлайн - туризме.

Согласно статистическим данным, во время эпидемии горячий интернет - туризм можно охарактеризовать как мгновенный. Под влиянием ограничительной политики, такой как домашняя изоляция и социальная дистанция, многие люди предпочитают «путешествовать в облаке квартета» дома, искать различные туристические сообщения на туристических платформах в Интернете и обмениваться ими с другими пользователями. Некоторые туристические компании также постоянно изучают новые способы онлайн - туризма, чтобы накопить больше мощного капитала в конкурентной борьбе на рынке.

Онлайн - туризм также играет позитивную роль в повышении популярности туризма. В частности, в урбанизированных и труднодоступных районах онлайн - туризм может предоставить больше возможностей для туристического опыта, а также доступ к туристической культуре, достопримечательностям и т. д. Для туризма в этих регионах, особенно в районах проживания этнических меньшинств, онлайн-туризм может способствовать росту местной экономики и более широкому распространению

и передаче местной культуры. Таким образом, во время эпидемии онлайн - туризм не только активно способствовал восстановлению туристической отрасли, но и предоставил больше пространства для воображения в поисках новых направлений развития туристической отрасли.

Самостоятельное путешествие — это вид туризма, который в последние годы становится все более популярным среди туристов. Во время эпидемии из-за небезопасного использования общественного транспорта и того, что автопробег может обеспечить лучшую изоляцию, автопробег стал предпочтительным выбором для туристов.

Самостоятельная поездка не только потому, что она обеспечивает лучшую безопасность, но и потому, что она позволяет туристам лучше испытать местные условия в туристических местах. Во время этой вспышки самостоятельный туризм может способствовать восстановлению туризма и в то же время уменьшить отсутствие некоторых отраслей в цепочке индустрии туризма.

Возьмем, к примеру, лизинг туристических автомобилей, и рост автопробега привел к тому, что многие прокатные компании открыли бум продаж. Мало того, самоходные путешествия также привели к быстрому развитию гостиничного и ресторанного бизнеса по пути, принося ему более богатые экономические выгоды.

С этой точки зрения, горячий самоходный туризм - это не только стремление туристов к безопасности, но и позитивный ответ на практику «зеленого путешествия» и «цивилизованного туризма», пропагандируемую государством. Я считаю, что при будущих тенденциях самостоятельные путешествия станут важным способом для большего числа туристов исследовать Китай.

Осуществление мер по ограничению потока и профилактике эпидемии в живописных местах во время эпидемии, ограничение потока в живописных местах и осуществление мер по профилактике эпидемии являются одной из особенностей туризма. В целях обеспечения здоровья туристов и персонала в



различных местах были приняты меры по ограничению потока. Цель ограничения потока в живописных местах - уменьшить скопление людей и контакты, чтобы снизить риск распространения эпидемии. Кроме того, живописные места также, как правило, оснащены термометрами, дезинфицирующими средствами и другими средствами профилактики эпидемии, усиливают работу по дезинфекции внутренней среды живописных мест, чтобы обеспечить гигиену и безопасность в живописных местах.

В то время как живописные места ограничивают поток, основные живописные места также осуществляют меры по профилактике эпидемии. Живописные места требуют, чтобы туристы носили маски, соответствующий персонал также должен носить маски, перчатки и другие защитные средства для приема и обслуживания. Кроме того, в живописном месте также установлены рекламные лозунги и руководящие указания по профилактике эпидемии, которые требуют, чтобы туристы соблюдали соответствующие правила профилактики, соблюдали социальную дистанцию и избегали контактов и общения.

Осуществление мер по ограничению потока и вакцинации в живописных местах не только эффективно защищает здоровье туристов и персонала, но и вносит важный вклад в развитие и стабильность туристической отрасли. Туристы, посещающие достопримечательности в безопасных условиях, также оказывают мощную поддержку восстановлению и развитию туризма. Поэтому ограничение потока и меры по профилактике эпидемии в живописных местах также станут важной тенденцией для будущего развития туризма.

Туристическая индустрия Китая также столкнулась со многими проблемами во время эпидемии, и в то время, как эпидемия бушевала, она также находила другие пути и находила новые возможности. В последние годы, с быстрым развитием туризма, туристический рынок стал индустрией, которая привлекла большое внимание и внимание. Однако во время эпидемии туристический рынок пострадал все больше и больше из - за вспышки

эпидемии и мер профилактики и контроля во всем мире и столкнулся с огромным сокращением давления.

Во - первых, из - за последствий эпидемии туристический рынок в этот период погрузился в серьезный спад. Сокращение числа туристов, с одной стороны, и дальнейшее снижение потребительского спроса на туристическом рынке из - за многочисленных ограничений в туристическом секторе, с другой стороны, в определенной степени привели к сокращению туристического рынка. В то же время, из - за дисбаланса на туристическом рынке и изменений в соотношении спроса и предложения, гиды, отели, развлекательное оборудование и другие соответствующие вспомогательные отрасли также пострадали, вся промышленная цепочка сталкивается с серьезными испытаниями в краткосрочной перспективе.

Во - вторых, туристические компании также столкнулись с серьезным давлением на выживание во время эпидемии. Как субъект туристического рынка, туристические компании несут большие потери во время эпидемии. Некоторые малые микротуристические компании сталкиваются с невыносимыми трудностями, такими как разрыв финансовых цепочек, сокращение персонала и даже риск банкротства. Для крупных туристических предприятий, из - за некоторых постоянных затрат, существующих в их деятельности, таких как заработная плата персонала, амортизация оборудования, ипотечное бремя и т. Д. Это создает огромное давление, как только дальнейшее расширение влияния окажет значительное влияние на отрасль.

В ответ на такие проблемы, как сокращение туристического рынка и трудности, с которыми сталкиваются туристические компании, индустрия туризма приняла ряд мер реагирования и помощи, но в одиночку решить проблемы, с которыми сталкивается туристический рынок, будет трудно. Поэтому вскоре после вспышки китайская индустрия туризма также сосредоточится на продвижении цифровой трансформации и будет активно использовать потенциал внутреннего рынка для дальнейшего повышения

уровня развития рынка и обслуживания. Эти меры будут способствовать восстановлению туристического рынка и устойчивому развитию туристических предприятий.

Во время эпидемии туристические компании также столкнулись с огромным давлением на выживание. Во - первых, сокращение туристического рынка привело к резкому сокращению бизнеса туристических компаний, многие из которых находятся под угрозой банкротства. Во - вторых, из - за осуществления мер по профилактике и борьбе с эпидемией туристические предприятия также сталкиваются с серьезными проблемами в своей деятельности. Многие предприятия нуждаются в дополнительных людских, материальных и финансовых ресурсах для осуществления мер по профилактике и борьбе с эпидемией. Это, несомненно, увеличивает нагрузку на предприятия, особенно на малые туристические предприятия. Наконец, эпидемия также оказала большое влияние на отношение потребителей туризма. Потребительская готовность многих туристов к туризму снизилась, а продажи туристических компаний находятся под сильным давлением.

Для решения этой проблемы выживания туристическим компаниям необходимо принять ряд мер. Во - первых, предприятия должны адаптироваться к тенденциям цифровой трансформации, расширять маркетинговые каналы и каналы продаж через Интернет, мобильные терминалы и другие средства. Это не только откроет новые рынки, но и сократит контакты между людьми и снизит риск распространения эпидемии. Во - вторых, предприятиям необходимо укреплять управление персоналом, осваивать физическое состояние персонала и осуществлять различные меры по профилактике и борьбе с эпидемией. В то же время необходимо усилить подготовку персонала, повысить осведомленность и способность персонала к профилактике эпидемии. Наконец, предприятиям необходимо активно расширять внутренний туристический рынок. Во время эпидемии рост внутреннего туристического рынка стал новой возможностью для развития туристических предприятий. В соответствии с потребностями

потребителей предприятия могут предлагать туристические продукты и услуги, адаптированные к текущей ситуации, и далее расширять внутренний рынок. Кроме того, компании могут совместно содействовать развитию туризма и совместно решать проблемы, связанные с эпидемией, посредством сотрудничества с государственными ведомствами и другими предприятиями.

Туристическая индустрия Китая столкнулась со многими проблемами во время эпидемии, в том числе с сокращением туристического рынка и трудностями выживания туристических компаний. Тем не менее, именно в таких сложных условиях китайский туризм также нашел некоторые возможности.

Одним из них является цифровая трансформация туризма в Китае. Во время эпидемии китайские туристические компании постепенно осознали важность цифровой трансформации для бизнеса. Цифровая трансформация может повысить операционную эффективность предприятий, эффективность совместной работы и опросов клиентов, а также обеспечить более персонализированное обслуживание спроса.

Цифровая трансформация может охватывать все аспекты бизнеса, включая продажи, обслуживание клиентов, маркетинг, платежи и так далее. Например, некоторые китайские туристические компании начали использовать платформы коротких видео для продвижения туристических продуктов. Это позволяет клиентам узнать о преимуществах туристического продукта в течение короткого периода времени, а также совершать покупки и платежи непосредственно на платформе коротких видео.

Кроме того, цифровая трансформация может способствовать совместному использованию и развитию туристических ресурсов. Например, некоторые компании начали использовать ранее имеющиеся данные для разработки более точных стратегий обработки и анализа этих данных с помощью технологий искусственного интеллекта, чтобы лучше понять потенциальные рынки.

В целом, во время эпидемии цифровая трансформация туризма в Китае

стала тенденцией и важным средством борьбы с эпидемией. Цифровая трансформация может повысить операционную эффективность предприятий, повысить удовлетворенность клиентов, а также повысить конкурентоспособность предприятий и стать одним из важных направлений развития туризма в Китае в будущем.

Сокращение международного туристического рынка стало неизбежным под воздействием эпидемии, но на этом фоне рост внутреннего туристического рынка стал важной возможностью. Согласно статистическим данным, в 2020 году внутренний туризм достиг 5438 млрд. человек, а общий доход от туризма достиг 4,26 трлн юаней, что на 40,1% и 44,4% меньше, чем в предыдущем году, но по сравнению с нулевым доходом на международном туристическом рынке показатели внутреннего туристического рынка по - прежнему очень яркие.

За ростом внутреннего туристического рынка важную роль сыграла цифровая трансформация. Во время эпидемии рынок онлайн - туризма стал новым центром туризма. Согласно данным, в первом полугодии 2020 года объем внутреннего рынка онлайн - туризма достиг 417,4 млрд юаней, увеличившись на 4,4% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Кроме того, во время эпидемии появились такие концепции, как «облачный туризм», «красная достопримечательность», «Интернет + живописные места», появление этих новых форматов еще больше способствовало цифровой трансформации внутреннего туристического рынка.

Кроме того, рост внутреннего туристического рынка также привел к развитию отрасли вверх и вниз по цепочке туристических поставок. Например, горячий внутренний туристический рынок во время эпидемии принес большую пользу многим гостиницам, ресторанам, транспорту и другим поставщикам услуг. В то же время рост внутреннего туристического рынка также привел к модернизации туристических продуктов и маркетинга туризма, таких как серия мероприятий по интеграции культурных путешествий, адаптированных к местным условиям

туристических чартеров и других продуктов и маркетинговых программ, которые еще больше повысили привлекательность и конкурентоспособность внутреннего туристического рынка.

Таким образом, среди проблем и возможностей китайского туризма во время эпидемии рост внутреннего туристического рынка, несомненно, стал важным поворотным моментом. Эта тенденция также отражает способность внутреннего туризма продолжать инновации в меняющихся тенденциях и в то же время обеспечивает прочную основу для будущего развития отрасли.

### **2.3 Характеристики развития туризма в Китае до и после эпидемии**

Характеристики развития туризма до и после эпидемии, есть много изменений и проблем, требующих внимания. Во - первых, общая атмосфера и масштабы туристической индустрии заметно изменились как до, так и после вспышки. До эпидемии индустрия туризма была очень процветающей, люди могли свободно выбирать туристические направления и способы путешествий, а организация и бронирование туристических маршрутов были относительно простыми. IP, созданный в живописном месте, ориентирован на туристов, живописные места также могут выполнять более широкий спектр мероприятий, количество посетителей команды также будет увеличиваться с влиянием живописного места. Таким образом, индустрия туризма в Китае до эпидемии развивалась вверх.

Развитие туризма в Китае до вспышки характеризовалось тем, что тема была ориентирована на туристов, а человеческий поток определял влияние живописных мест. После эпидемии туристический сектор серьезно пострадал, и многие страны и регионы ввели блокады и ограничения, что привело к значительному сокращению масштабов туристической отрасли. В то же время из - за неопределенности эпидемии организация и бронирование туристических маршрутов также стали более сложными. Во - вторых, до и после эпидемии изменились туристические направления и способы туризма. До вспышки люди могли выбрать различные популярные туристические направления, такие как Париж, Нью - Йорк и другие города за

рубежом, Пекин, Шанхай и другие города в стране, а также могут выбрать различные способы туризма, такие как свободное передвижение, групповые поездки, поездки на автомобиле и т. д.

После вспышки, из - за различных стратегий профилактики и борьбы с эпидемией в разных странах и регионах, люди часто могут выбирать только несколько безопасных туристических направлений и способов, таких как самостоятельные поездки в стране, экскурсии и т. д. Или путешествовать в некоторые районы, где эпидемия относительно безопасна. Туризм после вспышки слишком сильно ограничен правилами, не может играть первоначальную ценность, количество туристов в живописных местах значительно сократилось.

Проблемы, требующие внимания в ходе путешествий после эпидемии, также изменились. Перед вспышкой людям обычно нужно уделять внимание только безопасности и комфорту туристических маршрутов, таких как отели, транспорт, туристические достопримечательности и так далее. После вспышки людям необходимо уделять больше внимания политике и мерам профилактики и борьбы с эпидемией в туристических местах, таких как маски, дезинфекция, ограничения персонала и т. д. В то же время люди должны сознательно соблюдать требования профилактики и борьбы с эпидемией в туристических местах и защищать свое здоровье и безопасность других. Поскольку эпидемия повлияла на индустрию туризма, когда - то стала запретительным существованием, местный туризм был вынужден изменить свою стратегию, осуществлять туристическую деятельность небольшим и красивым образом, а районы, не имеющие медицинской документации в контексте динамичного управления эпидемией, повышать конкурентоспособность местного туризма путем кемпинга, пешего и автономного туризма.

Постэпидемическое развитие туризма характеризуется опытом, основанным на безопасности, после вспышки открыло новые двери для туризма, открыло беспрецедентные новые способы туристической

деятельности, облачный туризм и другие новые виды туристической деятельности появляются в бесконечном потоке, предоставляя туристам новые способы путешествовать в условиях эпидемии. Развитие до и после эпидемии всегда было сосредоточено на туристах, китайская индустрия туризма всегда открывала новые формы туристической деятельности, возникновение эпидемии привело к упадку туризма, но также принесло новое развитие и возможности. На этом этапе можно увидеть, что китайская туристическая индустрия на фоне эпидемии нашла другой путь для осуществления новых видов туристической деятельности, что еще больше доказывает, что ее гибкий и постоянно меняющийся рыночный спрос удовлетворен.

Подводя итог, можно видеть, что общие характеристики развития туризма до и после вспышки значительно изменились, но безопасность и чувство опыта туристов всегда были на первом месте, поэтому я считаю, что с окончанием эпидемии система развития туризма в Китае может стать более совершенной и богатой, а также может проводить более творческие туристические мероприятия.



### 3 ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КИТАЕ ПОСЛЕ ЭПИДЕМИИ

#### 3.1 Модель «Красный + зеленый туризм» как перспективное направление развития туризма в Китае в постэпидемийный период

С окончанием эпидемии туризм также постепенно восстанавливается и развивается. Туристическая индустрия Китая нуждается в новой модели туристической деятельности. Такой моделью может стать концепция «Красного туризма + зеленого туризма». Данная модель является новой моделью туризма в постэпидемическую эпоху. В этой главе рассматривается красный туризм и зеленый туризм в городе Бэйань в качестве объекта исследования, всесторонне рассматривается развитие красного туризма в городе Бэйань, излучаются потенциальные туристические ресурсы путем интеграции модели зеленого туризма. Интеграция моделей зеленого туризма для разработки специальных туристических продуктов, с отличительными продуктами и новыми туристическими моделями для повышения репутации туристических направлений. Интеграция моделей зеленого туризма для разработки специальных туристических продуктов, с отличительными продуктами и новыми туристическими моделями для повышения репутации и популярности туристических направлений.

Красный туризм – это возможность засвидетельствовать все виды трудного пути великих предков в революционный период, является важной частью патриотического воспитания. Интеграция модели красного + зеленого туризма позволяет наследовать красную культуру, рассказывать красные истории, увеличивать многомерное развитие красного туризма. Развитие продуктов, углубление промышленной интеграции, создание хорошего туристического имиджа для туристических направлений, организация методов туристической деятельности с целью понимания обучения, отдыха и релаксации, развитие инноваций через интеграцию красного туризма является

целью этого исследования.

В Китае много исторических и революционных мест, поэтому красный туризм может быть хорошо развит в нашей стране. Распространяя красную культуру, красный туризм сам по себе приобретает большую ценность. Зеленый туризм является важной частью современного туризма, представляет собой устойчивый тип туризма, который объединяет красный туризм с зеленым туризмом, может сделать красный туризм лучше унаследован и развит, а зеленый туризм может дать больше коннотации и жизни.

Концепция термина «красный туризм» восходит к 2000 году. Провинция Цзянси была первым регионом, который объединил два слова «красный» и «туризм» и запустил три специальные внутривинциальные туристические линии для красных путешествий в Наньчане, Цзинганшане и Жуйцзине. Хотя концепция красного туризма была предложена, туристические маршруты, основанные только на духе красной революции, не полностью отражают основные ценности красного туризма и не могут быть использованы в качестве наиболее стандартного определения красного туризма. Только в «Программе национального плана развития красного туризма на 2004 - 2010 годы понятие красного туризма было официально определено как: мемориальные места и символы, сформированные коммунистической партией Китая, возглавляющей народ в период революции и строительства, чтобы построить великие достижения в качестве носителя, с революционной историей, революционными делами и революционным духом, которые она несет в качестве коннотации, организация приема туристов для проведения мемориального обучения, посещение тематических туристических мероприятий.

Красная культура является самым ценным духовным богатством нашей нации. Распространение красной культуры через красный туризм, повышение идеологии и морали людей и укрепление патриотического образования — это наша потребность в корне красного туризма. В «Программе национального

плана развития красного туризма на 2011 - 2015 годы» отмечается, что продвижение красного туризма должно быть интегрировано и развито с другими отраслями промышленности, настаивать на реформах и инновациях и повышать качество развития. В этой программе мы обнаружили что красный туризм в сочетании с другими интегрированными отраслями имеет более высокую ценность чем сам красный туризм.

В Национальной программе развития красного туризма на 2016 - 2020 годы «Красный туризм», в свою очередь, должен подчеркнуть свою образовательную функцию. Практика доказала, что основная функция красного туризма, самая большая функция, основная функция — это образование. В настоящее время красный туризм в Китае поднялся на беспрецедентную высоту, а в программе развития красного туризма на 2016 - 2020 годы мы видим, что красный туризм должен быть сосредоточен на образовании в качестве основного развития.

Самая ранняя концепция термина «зеленый туризм» была предложена иностранным ученым О'Беллом с целью заставить людей перейти от шумных городов к тихим деревням, переосмыслить ценность природы, облегчить и освободить напряженную и быстро развивающуюся жизнь и работу в городах, а также улучшить экономическое развитие сельских районов и культурные обмены между городскими и сельскими районами. С появлением модели зеленого туризма в туристическую деятельность были добавлены туристические цели для отдыха и рекреации, а туристические направления переместились в сельскую местность. Однако многие отечественные ученые по - прежнему придерживаются разных взглядов на определение зеленого туризма.

В «Докладе об исследованиях и будущих тенденциях развития рынка зеленого туризма в Китае в 2019 году» дается определение зеленого туризма. Зеленый туризм в широком смысле относится к различным туристическим продуктам и услугам с близкими к окружающей среде или экологическими характеристиками. Под зеленым туризмом в узком смысле понимается

модный туризм, основанный на защите окружающей среды, защите экологического баланса, вдали от суеты и загрязнения, близкого к природе, и способного обрести здоровый дух, как правило, относится к сельскому туризму и деятельности, которая происходит в сельской местности, горной деревне и рыбацкой деревне. В вышеупомянутой концепции зеленого туризма отмечается, что как в широком смысле, так и в узком смысле зеленого туризма основное внимание уделяется экологии окружающей среде и природе. В докладе показано, что основной целью зеленого туризма является защита окружающей среды. В этом докладе мы можем проанализировать, что мы не стремимся к развитию туризма в прошлом, и теперь мы должны сосредоточиться на отношениях между человеком и природой. В дополнение к соответствующему докладу о зеленом туризме в Национальном плане развития экотуризма (2016 - 2025 годы) также отмечается, что экотуризм - это способ туризма, основанный на устойчивом развитии как концепции, реализации гармонии между человеком и природой в качестве руководства, защите экологической среды в качестве предпосылки, опираясь на хорошую естественную экологическую среду и симбиотическую гуманистическую экологию, проводить экологический опыт, экологическое познание, экологическое образование и получать физическое и психическое удовольствие. Интеграция человека в природу сопровождается образованием. Подводя итог, экотуризм — это новая туристическая модель, основанная на природном экологическом контексте для развертывания серии экологических и экологических образовательных мероприятий.

Помимо зелени и экологии мы хотели бы обратить внимание на другой вид туризма а именно на туризм для отдыха. Рекреационный туризм, основанный на туристических ресурсах, отдых в качестве основной цели, туристические объекты в качестве условия, конкретные культурные ландшафты и услуги в качестве содержания, чтобы покинуть поселение и остаться в разных местах в течение определенного периода времени для посещения, отдыха, осмотра достопримечательностей и

отдыха. Концептуально мы можем понять, что рекреационный туризм — это туристическая деятельность, которая привлекает туристов, покидающих свои давние места постоянного проживания и приезжающих в туристические места на некоторое время с характерным культурным ландшафтом самого места назначения. Характер рекреационного туризма такой же, как и в зеленом туризме. Разница в том, что рекреационные туристы предъявляют более высокие требования к туристическим объектам, услугам и отдыху. Может ли этот вид туризма сочетаться с экологически чистым туризмом? Из этих трех моделей туризма видно, что как экологически чистые, так и рекреационные туристические модели основаны на природе, чтобы начать серию туристических мероприятий, большинство из которых разрабатывают туристические продукты в зеленых деревнях, три модели туризма имеют одну и ту же цель, чтобы принести туристам отдых, свободные туристические модели, поэтому три модели туризма могут быть интегрированы в развитие.

Рекреационный туризм ассоциируется с экологичной моделью экотуризма которая разумеется сочетает в себе как сельскохозяйственный туризм так и туристическую модель соответствующую рекреационной модели. В рамках рекреационного туризма мы можем предвидеть особенно горячую тенденцию к агротуризму, сочетающему сельское хозяйство с туризмом, что является большой тенденцией развития туризма.

Сельскохозяйственный туризм - это новая форма ведения сельского хозяйства, которая объединяет сельское хозяйство и туризм и использует сельскохозяйственный ландшафт и сельское пространство для привлечения туристов, чтобы посетить, то есть развитие туристических продуктов на основе широкого спектра сельскохозяйственных ресурсов, таких как сельское хозяйство, лес, скотоводство, прилов и рыболовство, а также предоставление специальных услуг туристам, также называется туристическим сельским хозяйством, туристическим сельским хозяйством, сельским туризмом и так далее. Из концепции видно, что различие между агротуризмом и зеленым экотуризмом заключается в развитии сельского туризма, в то время как

сельское хозяйство, лесное хозяйство и животноводство превращаются в туристические продукты, которые предоставляют туристам специальные туристические мероприятия. Подводя итог, можно сказать, что развитие сельского рыболовства и животноводства в сельских районах на фоне сельских районов позволяет туристам участвовать в таких туристических мероприятиях, как рыболовство, сбор урожая и сельское хозяйство, тем самым достигая органического единства агроэкологических и экономических выгод.

Опираясь на вышеупомянутые концепции зеленого туризма, экотуризма, туризма для отдыха и агротуризма, мы видим, что между ними есть точки соприкосновения, которые могут быть хорошо интегрированы. Эти модели туризма соответствуют нашим инициативам и требованиям в отношении устойчивого развития туризма. Можно сказать, что это модель туризма с широким спектром применений, высокой степенью интеграции с другими моделями туризма, более практичной и ценной.

### **3.2 Северный «Красный + Зеленый туризм»: возможности туристского потенциала**

Город Бэйань богат ресурсами красного туризма, с 2007 года в городе Бэйань было проведено 15 исследований красной культуры. Например, Лю Бангкун опубликовал в 2020 году «Марш красных реликвий Бэйань», чтобы провести углубленное исследование бывшего выставочного зала рабочего комитета КПК провинции Хэйлунцзян в городе Бэйань провинции Хэйлунцзян, то есть тогдашнего Маньчжурского управления Бэйань и музей города Бэйань, знаменитой антияпонской кампании «Блэкфэнкоу», мемориального зала революционного сопротивления и самого раннего революционного Тун А. Это статья, в которой рассказывается о красных туристических объектах в городе Бэйань, а также подробно исследуется и анализируется выдающийся вклад революционных предков. В 2019 году Хуан Шивэй опубликовал книгу «От Яньаня до Бэйаня», две большие руки на северо - востоке, тесно связанные с великой революционной борьбой на северо - западе, а затем бросил красную культурную кровь, передаваемую из

огня. Написание блестящей революционной истории города Бэйань также дало Бэйану «прекрасное имя Себей Яньань».

С ухудшением окружающей среды зеленый туризм является очень популярным видом туризма сегодня. В статье «Анализ стратегии развития зеленого туризма», опубликованной Сюэ Юйхао в 2020 году, рассматривается статус - кво развития зеленого туризма в Китае, существующие проблемы зеленого туризма в Китае, стратегия развития зеленого туризма. В статье проводится очень тщательный анализ таких аспектов, как зеленый туризм в нашей стране, пропаганда и образование зеленой осведомленности, укрепление сотрудничества и обменов между различными местами и слабая осведомленность туристов о зеленом потреблении. В статье «Исследование зеленого пути развития туризма в провинции Хэнань», опубликованной в 2019 году, Чжан Хайян провел глубокое исследование практического значения зеленого развития туризма в провинции Хэнань, реальных трудностей зеленого развития туризма в провинции Хэнань и соответствующих путей зеленого развития туризма в провинции Хэнань. Зеленый туризм может быть реализован за один раз, ему нужна соответствующая система и правовые положения, чтобы повысить осведомленность туристов об охране окружающей среды, не может слепо преследовать экономические цели, зеленый туризм должен защищать окружающую среду, защищать экологический баланс, вдали от суеты и шума и загрязнения, чтобы приблизиться к природе, принести здоровый дух в местный модный туризм.

Ситуация с сельскохозяйственным туризмом в городе Бэйань такая же, как и с зеленым туризмом. В городе Бэйань меньше исследований в области сельскохозяйственного туризма. Ли Линь в статье «Исследование по развитию ресурсов сельскохозяйственного туризма в провинции Цзилинь» написал, что сами сельскохозяйственные ресурсы имеют характеристики сильного опыта, сильной устойчивости и экологической защиты. Сельскохозяйственный туризм — это индивидуализированная и экологически чистая туристическая деятельность, способная обеспечить устойчивое развитие туристических

ресурсов в туристических направлениях.

Янь Вэньхуа «Инновационное исследование модели развития досуга в сельском хозяйстве и туризме» отметил, что развитие внутреннего сельскохозяйственного туризма идет относительно поздно, но с быстрым ростом внутренней экономики. Гэн Хунли в статье «Инновационная практика рекреационного сельского хозяйства и сельского туризма в сельской местности» пишет, что рекреационное сельское хозяйство и сельский туризм открыли новый путь для возрождения сельской промышленности. При туризм способствовал ускорению возрождения сельских районов, местные продукты имеют платформу для продажи, так что местные экономические доходы быстро восстанавливаются.

Раскрывая соответствующие результаты научных исследований, мы видим, что, хотя развитие красного туризма в Бэйане стало лидером в отрасли, академические исследования по красному туризму требуют дальнейшего изучения и изучения. Судя по результатам исследований зеленого туризма, по сравнению с результатами исследований красного туризма, форма и содержание демонстрируют разнообразное развитие. Однако в многочисленных исследованиях красный туризм и зеленый туризм рассматриваются в сочетании с редкими статьями. С точки зрения устойчивого развития индустрии туризма, в будущем изучение красного туризма + зеленого туризма станет перспективной темой.

Город Бэйань, входящий в состав города Хэйхэ провинции Хэйлунцзян на уровне уезда, расположен в центре треугольника трех городов Харбина, Цицикара и Хэйхэ, в южной подножии Xiaoxing 'an Lingnan. Известен как «Северный оружейный город» и «Себей Яньань». В антияпонский период город Бэйань стал важной стратегической опорной точкой из - за своего особого географического положения. После антияпонской войны ЦК КПК создал здесь первое провинциальное правительство на северо - востоке. Город Бэйань имеет глубокое историческое и культурное наследие. Будучи старым революционным районом, он несет великий дух революционных предков во



время антияпонской войны. В настоящее время туристические ресурсы города Бэйань частично основаны на музейных павильонах, а другая часть туристических ресурсов - красные руины и памятники архитектурной революции. Бэйань также имеет много зеленых туристических ресурсов, таких как водно - болотные угодья, фермы, лесные угодья и так далее.

Будучи городом с красной культурой, город Бэйань имеет глубокое историческое и культурное наследие красного цвета. Будучи старым революционным районом в трех северо - восточных провинциях, он концентрирует большое количество красных архитектурных объектов. В то же время красный туризм в городе Бэйань является наиболее полным из трех северо - восточных провинций, с самой высокой степенью развития и самой большой моделью, а также наиболее полным способом сотрудничества. В городе Бэйань есть 16 красных музеев, которые образуют уникальный красный музейный комплекс. Во время войны сопротивления Японии также было много полей битвы, город Бэйань в настоящее время имеет две красные базы, которые имеют чрезвычайно важную историческую справочную ценность. В революционных войнах на северо - востоке страны появилось много героев, и город Бэйань построил два революционных мемориала в честь этих исторических предков, предоставив место для будущих поколений, чтобы помнить и изучать красный дух и красную культуру.

Самым основным местом для проведения красной туристической деятельности является Красный музей, в настоящее время в городе Бэйань насчитывается 16 музеев, в основном исторических объектов в качестве демонстрационной функции для посетителей. Среди них - Музей военно - промышленных объектов Бэйань Цинхуа, бывший выставочный зал рабочего комитета КПК провинции Хэйлунцзян, бывший выставочный зал правительства провинции Хэйлунцзян и музей Бэйань. Один из национальных музеев военных объектов Бэйань Цинхуа, опираясь на оригинальный инструментальный завод Shougang Qinghua, стал единственным музеем огнестрельного оружия в стране, а также первым

музеем руин в Китае, который систематически демонстрирует исследования и разработки и производство огнестрельного оружия в Китае. Бывший выставочный зал рабочего комитета КПК провинции Хэйлунцзян, бывший выставочный зал правительства провинции Хэйлунцзян и музей Бэйань - все три музея открыты для публики муниципальными музеями, чтобы передать красную историю и продвигать красный дух.

Подводя итог, одна из причин, по которой Красный туризм в городе Бэйань был настолько успешным, заключается в том, что у Бэйана были базы и памятники, произошли важные исторические события и многие герои. Город Бэйань использует свой уникальный исторический фон, красные руины, красные фигуры, глубоко выкапывает уникальные ресурсы красного туризма, чтобы создать совершенную туристическую систему для красного туризма.

Город Бэйань имеет более широкое распределение туристических ресурсов, в том числе экотуризм, сельскохозяйственный туризм, туризм для отдыха в качестве основного ресурса зеленого туризма. Зеленый туризм второй по величине сектор туризма в городе Бэйань его разнообразие также является важным средством привлечения туристов. Одним из наиболее ярких примеров зеленой экологии города Бэйань являются ресурсы водно - болотных угодий и лесные ресурсы. Водно - болотные угодья называются «почками Земли», в то время как лесные угодья не только передают ресурсы, но и являются важным местом для защиты окружающей среды. Город Бэйань богат ресурсами зеленого туризма, но больше неиспользованных ресурсов, диверсифицированное развитие зеленого туризма является преимуществом повышения конкурентоспособности туризма в городе Бэйань.

Водно - болотные угодья являются очень важной экосистемой Земли и наиболее самоочищающейся экосистемой в природной экосистеме, которая в 1,5 раза более очищена, чем лесные угодья, и обеспечивает естественную экологическую среду, необходимую для жизненного цикла многих видов животных и растений. Самым заметным и уникальным водно - болотным

угодьем в городе Бэйань является Национальный парк водно - болотных угодий реки Северный Ануйюр. Благодаря своим уникальным видам флоры и фауны и особым экологическим характеристикам он стал живописным районом класса 4А и является самым представительным зеленым экологическим ландшафтом в городе Бэйань. В качестве туристического ресурса парк водно - болотных угодий может более непосредственно отражать экологическую среду и природную среду туристического направления, естественная экологическая среда парка водно - болотных угодий реки Уюр может доказать, что естественная экологическая среда города Бэйань хороша, в качестве зеленого туристического ресурса может быть развернута разнообразная деятельность зеленого туризма, сам парк водно - болотных угодий реки Уюр также имеет характеристики зеленого экотуризма. Связанная с этим образовательная и научно - популярная туристическая деятельность вокруг водно - болотных угодий является весьма характерной формой туризма. Из - за относительно жестких требований, предъявляемых к паркам водно - болотных угодий, водно - болотные уголья не могут быть открыты на всей территории страны для защиты окружающей среды. Тем не менее, туристическая деятельность побуждает туристов и граждан повышать осведомленность об охране окружающей среды. Таким образом, эта форма зеленого туризма на водно - болотных угольях является образовательной и научно - популярной туристической деятельностью.

Лесные фермы являются ключевыми местами для выращивания и защиты лесов в стране. Основная задача лесных ферм - расширить лесные ресурсы, улучшить качество лесов, в полной мере реализовать производственный потенциал государственных лесных ферм и повысить экологические, социальные и экономические выгоды. Ресурсы для туризма в лесном массиве города Бэйань включают в себя национальный лесной парк класса 3А и лесное хозяйство счастья в городе Бэйань. Лесная ферма Нарру в городе Бэйань богата лесными ресурсами и может быть открыта и развита в качестве зеленого туристического маршрута. Это способствует быстрому

развитию зеленого туризма в городе Бэйань. Строительство фермы в счастливой лесной ферме также имеет большие эксплуатационные характеристики, такие как рис, соя и т. Д. Животноводство посвящено разведению крупного рогатого скота, свиноводству, овцеводству, рыбоводству и другим методам разведения. Счастливые лесные уголья и сельскохозяйственные ресурсы очень богаты, что может повысить участие туристов и масс и надлежащим образом осуществлять деятельность по посадке и туризму. Счастливые лесные фермы также могут создавать зеленые туристические продукты в режиме зеленого туризма. Например, прогулка по лесам, посадка и сбор урожая, летние лагеря для студентов или практические занятия по идентификации растений в начальных и средних школах и т. Д., Чтобы лесной туризм стал образом жизни и образом жизни окружающих людей, генерируя повторяющиеся привычки потребления, чтобы стимулировать местную экономику, интегрировать местные особенности на основе оригинальных зеленых ресурсов, тем самым осуществляя рекреационный туризм с сельским хозяйством и экотуризм, возникающий в природном контексте. Интегрированное развитие может отражать характеристики зеленого туризма и максимизировать эффект, а также опыт использования уникальных туристических ресурсов и продуктов зеленого туризма в туристической деятельности.

Зеленый туризм является наиболее легко интегрированной в нашу жизнь и наиболее склонной к многократному потреблению туристической моделью. Бэйань обладает богатыми туристическими ресурсами, эти туристические ресурсы окружают город, транспорт относительно удобен, может быть хорошо интегрирован с городской жизнью, жители, окружающие жители и иностранные туристы могут осуществлять соответствующую туристическую деятельность.

Город Бэйань не только имеет красную культуру, зеленую экологию и другие туристические ресурсы, из которых нематериальное культурное наследие также может доказать глубокое культурное наследие города

Бэйань. Город Бэйань имеет много фольклорной культуры и нематериального культурного наследия. Среди них вышивка черной рыбы, снежная и ледяная живопись, мать вырезала бумагу наиболее характерно. Нематериальное культурное наследие Северной Анны имеет ярко выраженный народный характер, богатую географию и незаменимую ценность и стало ценным культурным ресурсом, который подчеркивает культуру Черноземья и способствует развитию Северной Анны.

Вышивка черной рыбы - это традиционная вышивка в городе Бэйань, которая сочетает в себе многонациональные методы вышивки, чтобы сформировать уникальный способ вышивки, независимо от того, чтобы стать новым жанром вышивки. Источник реки Уюр в городе Бэйань является одним из мест рождения вышивки черной рыбы. Ван Чуньянь, потомок вышивки черной рыбы, представил уникальный метод вышивки черной рыбы, когда игла правильно усваивает масштаб деталей, в отличие от других вышивки, вышивка черной рыбы в основном использует большую вышивку иглы, показывая узор, сочетающий тонкие и смелые две характеристики. Среди них представительные работы Ван Чуньяна четыре экрана цветов и четыре экрана Meilanzhu Ju в качестве провинциального нематериального культурного наследия. Вышивка черной рыбы - это нематериальное культурное наследие, которое объединяет мультикультурализм. Это не просто продукт интеграции, но и доказательство сильного и инклюзивного духа нашей национальной культуры. После интеграции многогранной культурной вышивки черной рыбы, а также ледяной живописи Бэйань, представляющей черную землю и северные пейзажи, картина ледяной и снежной живописи нарушила традиционный способ рисования, нарисовала новый вид живописи на тему льда и снега, а также стала художественным брендом с региональными особенностями Хэйлунцзяна. Снежная и ледяная живопись была написана художником национального уровня Чэнь Фэйю, чья кисть плавала между горами и реками, рисуя цвета и величие северо - восточного региона. Его представители, такие как «Народная железная дорога для народа»,

«Загрязненный враг человечества» и другие, неоднократно выигрывали национальные и провинциальные награды. Мать, вырезанная из бумаги, — это бог в шаманизме, несущий благую мораль мира и благополучия. В народе ходят легенды о шаманах, которые изображаются в искусстве, чтобы молиться о мире и благополучии. В 2013 году искусство вырезания бумаги у матери Бэйань было включено в список нематериального культурного наследия, а работа матери, вырезавшей бумагу у преемника Го Синя, была добавлена в дополнение к традиционным красным вырезанным бумагам. Эта уникальная работа в стиле вырезания бумаги является очень репрезентативным нематериальным культурным наследием Бэйаня. Это не только наследие маньчжурской культуры, но и проявление уникального стиля в культуре вырезания бумаги в нашей стране. Бумажные вырезки небольшие по размеру и удобные для переноски, имеют определенные преимущества в качестве ремесленных изделий и туристических сувениров.

Богатое нематериальное культурное наследие может служить не только символом туризма в Северной Ане, но и культурной коннотацией туризма в Северной Ане. На самом деле, нематериальное культурное наследие может сочетаться с другими формами туристических ресурсов и продуктов, простейшей формой является использование нематериального культурного наследия в качестве туристического сувенира в сочетании с другими туристическими ресурсами Северной Анны. Туристические ресурсы Северной Анны, как материальные, так и нематериальные, чрезвычайно развиты и популярны. Многочисленные туристические ресурсы могут быть интегрированы друг с другом, чтобы построить более полный и содержательный туризм в Северной части Китая.

Исходя из рассмотренных ресурсов г. Бэйаня автором был разработан новый туристский продукт «Северный красный + зеленый туризм в г. Бэйань». Тур рассчитан на 7 дней 6 ночей. Основной целевой аудиторией будет являться молодежь в возрасте 20 – 35 лет.

Таблица 1 – Программа тура «Северный красный + зеленый туризм в г. Бэйань»

День	Мероприятия
1 день	8: 00 Прибытие в Хэйхэ, Китай 9: 00 - 10: 00 Трансфер в город Бэйань 10: 30 Заселение в гостиницу «Норт Ан» 11: 00 Обед в ресторане отеля 13: 30 Посещение Музея военно - промышленного наследия Бэйань Цинхуа 15: 00 Посещение бывшего выставочного зала рабочего комитета КПК провинции Хэйлунцзян 17: 00 Возвращение в отель. Свободное время
2 день	6: 00 Завтрак 7: 00 Отправление на место знаменитой революционной "Битвы за Ледяной поход" 9: 00 Поездка в деревню Ли Дяньфан, экскурсия 11: 00 Обед в деревне, опыт сельской кухни 13: 00 Возвращение в отель «Бэйань», свободное время
3 день	6: 00 Завтрак 7: 00 Трансфер от отеля до живописного места на реке Уюр (категория 4А ) 9: 30 Прогулка в «Счастливый Лес» (категория 3А) 11: 30 Возвращение в отель, обед 14:00 Свободное время
4 день	6: 00 Завтрак 8: 00 Поездка на экскурсию, нематериальное культурное наследие "Вышивка черной рыбы" 9: 00 Поездка на экскурсию «Снежная живопись» 11: 00 Возвращение в отель, обед 14: 00 Посещение мастер класса по вырезанию из бумаги 16: 00 Завершение экскурсии, свободное время
5 день	6: 00 Завтрак 8: 00 - 11: 00 Участие в опытной туристической деятельности (сбор, рыбалка) 11: 00 Возвращение в отель 13: 00 - 15: 00 Поездка в город Бэйань, чтобы посмотреть национальный танец 17: 00 Возвращение в отель на ужин
6 день	6: 00 Завтрак 8: 00 - 11: 00 Участие в процессе неисчерпывающего производства, личное участие в вырезке бумаги, резьбе по дереву, живописи 11: 30 Возвращение в отель, свободный отдых после обеда 18: 00 - 21: 00 Ужин «На прощание»
7 день	6: 00 Завтрак 7: 00 Возвращение в Хэйхэ

Как видно из представленной программы, туристский продукт позволит туристам в одном туре реализовать потребности в трех направлениях:

исследовать ресурсы красного туризма, погрузиться в красоту зеленого туризма и познакомиться с особенностями сельской местности и сельской кухни. По мнению автора, данный туристический продукт займет достойное место в сфере туристского предложения в Китае как для местного населения, так и для зарубежных гостей.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С глобальной вспышкой новой коронавирусной инфекции туризм стал одной из наиболее пострадавших отраслей во всем мире. Туризм в Китае, как одна из крупнейших принимающих стран в мире, сильно пострадал во время эпидемии. Целью магистерской диссертации было проанализировать характеристики, проблемы и возможности туризма в Китае с точки зрения трех этапов до, во время и после эпидемии, изучить устойчивое развитие туризма и дать предложение на дальнейшее развитие отрасли.

С точки зрения населения, достопримечательностей, потребления и других аспектов, имеются все предпосылки для развития туризма после объективной стагнации. Например, Китай имеет обширную территорию и имеет долгую историю, культуру и природные ландшафтные ресурсы, имеет уникальные преимущества туристических ресурсов. Китайский туристический рынок огромен, число туристов велико, уровень потребления высок, что вносит важный вклад в экономическое развитие Китая. Стоит отметить, что во время эпидемии туристическая индустрия Китая также постепенно сформировала некоторые особенности, такие как постепенное увеличение экскурсий и самостоятельных поездок, быстрый рост потребления онлайн - туризма и повышение инновационной способности туристических продуктов.

Во время эпидемии китайская индустрия туризма столкнулась с беспрецедентными проблемами, такими как регулирование дорожного движения и закрытие живописных мест, что оказало большое влияние на туристический рынок. Пострадавшие от этого, некоторые туроператоры приостановили бизнес, сократили персонал и т. д. Развитие туризма сталкивается с большими трудностями. Однако в то же время эпидемия также принесла некоторые новые возможности, такие как содействие цифровому и интеллектуальному развитию туризма, поощрение инноваций и модернизации туристических достопримечательностей.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Чжао, Лян Внутренние характеристики туризма и стратегические исследования в связи с новой короной [дж]. Справочник экономических исследований / Лян Чжао. – 2020. - 125-127 с.

2 Чэн, Ё Н. Как продвигается туризм в контексте эпидемии? [дж.] туристический журнал / Ё Н. Чэн. - 2020. – 3 с.

3 Лю, Чинг Проблемы и контрмеры, стоящие перед развитием туризма в Китае во время эпидемии новой короны (дж). Рыночная еженедельная теоретическая версия / Чинг Лю. – 2020. – 2 с.

4 Янь, Сяньцин Анализ тенденций развития туризма после эпидемии (дж.). / Сяньцин Янь. – 2020. – 234 с.

5 Глухая Микровспышка оказывает влияние на туризм [дж.] взньюань (начальная версия), 2020:1032.

6 Пэнг Сун Санг. Туризм в Китае: исследование восстановления и оживления в постэпидемиологическую эпоху [дж.]. Университетская газета яньчжоу (издание гуманитарных социальных наук), 2020:13.

7 Син, Цзянпо, Лу минг, чжаося. Стратегия реагирования туризма на эпидемию и тенденция развития постэпидемиологического периода [дж.] макроэкономическое управление / Цзянпо Син, Лу минг, чжаося. – 2020. - 55-60 с.

8 Фанфан. Влияние эпидемии на туризм и исследования контрмер / Фанфан. – 2021. – 123 с.

9 В новый день, листья с утра. Количественное исследование влияния эпидемии на туризм Китая — возьмем пневмонию и грипп типа а (J). Современный туризм (академическая версия), 2012:119-122.

10 В новый день, листья с утра. Количественное исследование влияния эпидемии на туризм в Китае: рассмотрим пневмонию и грипп типа а (J). Современный туризм (академическая версия), 2012

- 11 Сюй, У-сон, Су Дан Ё Н. Вспышка атипичной пневмонии и инновационный механизм устойчивого развития туризма в Китае (дж.).
- 12 Сон, Б Бин. [J] развитие туризма в постэпидемиальную эпоху. Новая коммерческая еженедельная газета 2020: 11.14.
- 13 Яркая вспышка в контексте нормальной борьбы с эпидемией мысли о развитии туризма (дж). Сотрудничество в экономике и технике, 2021:3.
- 14 Янг Чжан Сон. Развитие инновационного развития туризма в моей стране в постэпидемию [J] развитие науки в 2020:7.
- 15 На Суше. Наша стратегия развития туризма в постэпидемиологическую эпоху (дж.). Современный туризм, 2021:3.
- 16 Кван, заместитель генерального секретаря, Вэй Дон Шон и т.д. Экологически устойчивое развитие индустрии туризма — возьмем, к примеру, пекинскую общину (дж.). Сельскохозяйственный обзор, 2017.
- 17 Ю, Банкун. Тур красных реликвий Северной Кореи. [дж.] архив / Ю Банкун: Хэйлуңцзян, 2020. – 123 с.
- 18 Яньвэнхуа. Инновационные исследования модели развития сельскохозяйственной туристской продукции досуга (дж).
- 19 Гэн Редли. Инновационная практика культуры сельского хозяйства и сельского туризма (дж). Сельскохозяйственная наука анхоя, 2020 год.
- 20 Сообщение для журнала. «от яньяна до норт-Энн» письменность прозы будет собрана в северной части реки хэйлуңцзян (дж). Антология прозы (оригинальное издание), 2018.
- 21 Чжан Хайян, туризм провинции Хэнань исследование зелёного пути развития [дж]. промышленные инновации, 2019.
- 22 Тохиль. Развитие зеленого туризма с экономической точки зрения с низким уровнем углерода.
- 23 Сюэ, Ё Хау. Стратегия развития зелёного туризма для анализа [J].
- 24 Мун, Чжон Гён. Устойчивое развитие экономики агротуризма — оценка экологической агротуризма (дж.). Сельскохозяйственная погода в Китае, 2021 год.

25 Чен, Лин Лин, Кляйнер Интенсивное содействие качественному развитию туризма в сельской местности (дж.). Наблюдение за развитием Китая / Чен Лин Лин, Кляйнер. - 2021. – 123 с.

26 Тянь, Цзянь Внутреннее исследование развития туризма в сельской местности [дж.] / Цзянь Тянь // Рыночная еженедельная газета. – 2020. – С. 123.

27 Маджонг Тао. Развитие экологического туризма и защита окружающей среды были признаны в китайской туристической газете 2021.

28 Хван Чжон Бо, Ли Чан. Сян ясуан-хаянь, провинция Хуаньянь, пограничная зона, красная модель совместного развития туризма (дж.). Экономическая география / Хван Чжон Бо, Ли Чан. Сян ясуан-хаянь. – 2020. – 234 с.

29 Лу Хонмэй. Исследование красного туризма и красного культурного наследия (д.).

30 Хван Сян Цзя, Сун Лиджан. Эмпирическое исследование, созданное в области красного туризма красного типа, например, канси иокаяма (дж). Университетская газета наньчанского университета (статья по гуманитарным и социальным наукам), 2010 41(02):78-83.

31 Ли Сян Хо. Исследование строительства новых сельских поселений с видом на ландшафтный ландшафтный ландшафтный ландшафтный ландшафтный пейзаж (д.) пекинский университет лесного хозяйства, 2016.

32 Сун Джун. Туризм в сельской местности, интегрированный в новую стратегию разработки стратегии, университет чунциня, 2014 год.

33 Вонг Джейн, Чан Ё Чжун, Ши Рин. Модель развития эко-туризма, ориентированная на устойчивое существование — возьмем, к примеру, общину кингов (дж) в прибрежном заповеднике на севере реки бэй. Экология, 2014 34(09):2388-2400.

34 Чжан Хун, Хван Цанг Цзин, Фанг Йюлинь, Цзя-вэй, Ван Кун. Исследование восприятий природоохранного природоохранного заповедника водно-болотных заповедников (дж.), проводимое туристами в заповедниках. Экологическая газета, 201535 (23):7899-7911.

35 Ху, Грин Джун Классификация сельскохозяйственных  
экотуристических ресурсов и разработка систем оценки / Ху Грин Джун. –  
2021. – 235 с.